

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Objek Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan uraian masalah dan teori yang telah dijelaskan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menyajikan gambaran komprehensif tentang objek penelitian dengan melibatkan analisis data numerik yang dikumpulkan menggunakan statistik. Metode pengumpulan data meliputi pemilihan populasi dan sampel, dimana populasi mengacu pada kelompok subjek penelitian dan sampel mengacu pada subjek penelitian yang akan dianalisis (Bakri, 2021). Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, dan memproses berbagai jenis data untuk mencapai kesimpulan yang akurat.

3.1.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung. Data penelitian ini diperoleh dari responden kuesioner yang akan disebarakan kepada pekerja BPU yang terdaftar di BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.

3.2 Populasi, Sampel dan Pengukuran

3.2.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan dan disusun secara sistematis kepada responden. Data diperoleh secara langsung dari pekerja BPU BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto.

3.2.2 Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen atau individu yang memiliki karakteristik atau atribut tertentu yang menjadi fokus dalam suatu penelitian atau analisis (Amin, 2023). Populasi pada penelitian ini berjumlah 12.000 dari rata-rata pekerja BPU pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto setiap bulannya pada tahun 2023.

3.2.3 Sampel

Sampel adalah bagian yang diambil dari suatu populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi (Amin, 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *random sampling*, yaitu teknik yang digunakan untuk mencari sampel dimana elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Dalam pengambilan sampel, responden diasumsikan rata-rata pekerja BPU sejumlah 12.000 peserta setiap bulannya pada tahun 2023, dengan menggunakan toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10%. Rumus sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus Slovin (1960) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel penelitian

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan

Batas Toleransi Kesalahan:

1% = banyak

5% = sedang

10% = sedikit

Penyelesaian:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{12.000}{1 + 12.000 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{12.000}{111}$$
$$n = 108,10 / 108$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden minimal adalah 108 responden. Dalam penelitian ini peneliti akan menyebarkan kuesioner berbentuk Google form. Link google form akan dikirimkan melalui *whatsapp* kepada peserta BPU yang terdaftar pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Mojokerto. Kemudian responden akan melakukan pengisian Google form.

3.2.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau faktor yang dapat berubah dan diukur dalam suatu penelitian. Variabel-variabel tersebut cenderung menjadi fokus dalam memahami hubungan sebab akibat antara fenomena yang diteliti (Qothrunnada, 2021). Adapun variabel yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

3.2.4.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen, sering disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Ulfa, 2021). Adapun dalam penelitian ini menjadi variabel independen yaitu periklanan, *sales promotion*, *public relations*, dan kualitas pelayanan.

1. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk menarik perhatian konsumen dengan maksud membujuk agar membeli, menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun indikator dari periklanan menurut Wibisono (2012) yang dikutip oleh (Darmawan et al., 2019)

yaitu, sejauh mana iklan dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk atau jasa, sejauh mana iklan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam keputusan keikutsertaan, dan sejauh mana pelanggan dapat memahami pesan yang disampaikan dalam iklan.

2. *Sales Promotion*

Promosi penjualan atau yang biasa dikenal dengan *sales promotion* merupakan suatu bentuk promosi yang dilakukan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian dalam jangka pendek dan menciptakan hubungan pelanggan dalam jangka panjang. Menurut Kotler dan Keller (2019) yang dikutip oleh (Abdurrahim & Sangen, 2019) indikator *sales promotion* yaitu, jumlah peningkatan penjualan yang dapat diatribusikan langsung ke kegiatan promosi penjualan, tingkat keterlibatan atau partisipasi konsumen dalam program promosi, seperti penggunaan kupon diskon atau voucher, dan sejauh mana promosi penjualan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan.

3. *Public Relations*

Hubungan masyarakat merupakan elemen penting dalam bauran promosi suatu produk atau jasa. Dengan adanya *public relations* dapat menciptakan pemahaman, dukungan serta citra positif di mata publik. Menurut (Ruslan & Weny, 2022) indikator dari *public relations* meliputi, persepsi umum tentang reputasi organisasi atau perusahaan, sejauh mana *public relations* berpengaruh terhadap keputusan keikutsertaan konsumen serta sejauh mana keberhasilan *public relations* dalam mencapai tujuan komunikasi dan membangun hubungan

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan penilaian dengan memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan mengacu pada seberapa baik suatu layanan yang diberikan kepada pelanggan. Menurut (Hadi et al., 2021) terdapat

pula indikator dari kualitas pelayanan yaitu, pelanggan merasa lebih tertarik dan terhubung dengan perusahaan yang mampu memberikan layanan yang personal, sejauh mana kualitas pelayanan dapat menciptakan kepercayaan terhadap keandalan layanan dalam keputusan pembelian atau keikutsertaan, dan kesediaan perusahaan untuk merespons cepat terhadap keinginan, pertanyaan, atau permintaan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan membentuk keputusan pembelian positif.

3.2.4.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, sering juga disebut variable terikat. Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Ulfa, 2021).

1. Keputusan Keikutsertaan

Keputusan keikutsertaan merujuk pada keputusan yang diambil oleh individu atau kelompok terkait dengan partisipasi atau keterlibatan mereka dalam suatu aktivitas maupun program. Hal ini mencakup proses pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan individu atau kelompok mengenai manfaat, risiko, nilai, preferensi, dan pertimbangan lain yang terkait dengan partisipasi dalam program tersebut. Menurut (Septia & Pebriyenni, 2018) indikator keputusan keikutsertaan meliputi sejauh mana peserta dapat menghadiri atau mengikuti kegiatan yang diadakan seperti sosialisasi, ikut serta dalam program yang diadakan, dan sejauh mana dapat menyampaikan informasi terkait program.

3.2.5 Variabel Pengukuran

Untuk mengukur variabel agar dapat menghasilkan hasil yang akurat, penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang umum digunakan dalam survey. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner berupa *Google Form* dengan pemberian nilai sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

Tanggapan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.3 Metode Analisis

3.3.1 Uji Instrumen Penelitian

3.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat mengukur konsep atau variabel yang dimaksudkan secara akurat. Metode yang digunakan untuk menguji kevalidan data penelitian ini menggunakan *pearson correlation*

- $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (dengan angka signifikan 5%), variabel valid
- $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (dengan angka signifikan 5%), variabel tidak valid

3.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kestabilan hasil pengukuran dari suatu kuesioner sebagai indikator. Jika pengulangan dilakukan kembali maka dapat dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Jika respon seseorang terhadap kuesioner tetap stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner dianggap reliabel. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* (α), yaitu sebuah variabel dapat dianggap reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar ($>$) 0,70.

Rumus uji reliabilitas:

$$r = \frac{(k)}{k - n} \frac{(1 - \Sigma ab^2)}{at^2}$$

Keterangan:

r = reabilitas instrument

k = banyaknya butir soal

Σab^2 = total varian butir

at^2 = total varian

3.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk menguji apakah variabel yang mendasari model regresi linear atau model lainnya terpenuhi atau tidak. Uji asumsi klasik ini penting dilakukan untuk menghindari kesalahan pada analisis dan kesimpulan yang salah atau tidak akurat.

3.3.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) yang dikutip oleh (Nurchahyo & Riskayanto, 2018) uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk memahami apakah setiap variabel berdistribusi normal atau tidak, dan juga untuk menguji apakah data secara keseluruhan berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis grafik yang dihasilkan dari program SPSS serta uji Kolmogorof-Smirnof yang merupakan uji perbedaan antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal. Jika nilai signifikannya kurang dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara data uji dengan data normal, artinya data tersebut tidak berdistribusi normal.

- Jika nilai signifikan $> 0,5$ = distribusi data normal
- Jika nilai signifikan $< 0,5$ = distribusi data tidak normal

3.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105) yang dikutip oleh (Nurchahyo & Riskayanto, 2018) uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas (independen). Pengujian dapat

dilakukan dengan memeriksa nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria keputusan terkait pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

- Nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $> 0,01$ tidak terjadi multikolinearitas
- Nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* $< 0,01$ terjadi multikolinearitas
- Koefisien korelasi variabel bebas $> 0,8$ terjadi multikolinearitas
- Koefisien korelasi variabel bebas $< 0,8$ tidak terjadi multikolinearitas.

3.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) yang dikutip oleh (Nurchahyo & Riskayanto, 2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varian residual antar pengamatan dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji glejser, yaitu uji hipotesis dalam menentukan apakah suatu model regresi menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas melalui regresi dari nilai absolut residual. Kriteria keputusan terkait uji glejser:

- Nilai signifikan $> 0,05$ data tidak terjadi heteroskedastisitas
- Nilai signifikan $< 0,05$ data terjadi heteroskedastisitas

3.3.3 Uji Pengaruh

3.3.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu pendekatan statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan menyajikan informasi dasar mengenai suatu kumpulan data. Tujuannya adalah untuk memberikan ringkasan yang jelas dan singkat mengenai sifat-sifat dasar data. Pada penelitian ini, data yang terkumpul akan diolah dan diuraikan secara deskriptif.

3.3.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara suatu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuannya adalah untuk memahami hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel ini dan untuk

memprediksi nilai variabel dependen (Y) berdasarkan nilai variabel independen (X) yang ada.

Adapun persamaannya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel independen

3.3.4 Uji Hipotesis

3.3.4.1 Uji parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2018:206) yang dikutip oleh (Pratiwi & Lubis, 2021) uji t adalah suatu analisis statistik yang digunakan untuk menilai signifikansi dari koefisien regresi pada suatu model. Uji ini membantu dalam menentukan apakah variabel independen tertentu secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikannya sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria uji ditetapkan berdasarkan perbandingan antara nilai t hitung dan nilai t tabel.

- Jika $\text{sig} < 0,05$ artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- Jika $\text{sig} > 0,05$ artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3.3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97) yang dikutip oleh (Nurchahyo & Riskayanto, 2018), koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk menentukan seberapa besar atau signifikannya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam variabel

dependen, sedangkan nilai yang mendekati 0 menandakan bahwa model tersebut kurang efektif dalam menjelaskan variasi.